

PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO

RIACHUELO NO THE TOWN SP 2023

JULHO 2023

NOSSA TRAJETÓRIA ATÉ AGORA

DEZ/JAN

Anúncio patrocínio +
posicionamento como
plataforma de
conteúdo

FEVEREIRO

Coletiva de imprensa
Palco Factory +
sorteio 10 jaquetas
personalizadas

ABRIL

Ação abertura
das vendas dos
ingressos

MAIO

Parceria com a
Rádio MIX

JUNHO - JULHO

Parceria com MIX +
promoção Compre
e Ganhe + desafio
Twitter

O QUE JÁ CONSTRUÍMOS?

COMUNICAMOS A RIACHU COMO PATROCINADORA OFICIAL DO THE TOWN, DO PALCO FACTORY E LOOK OFICIAL DO FESTIVAL

Além disso, por meio da parceria com a MIX, **geramos buzz positivo e desejo com a jaqueta** personalizada, reforçando o **viés de moda** a partir das **ações promocionais**

116 matérias

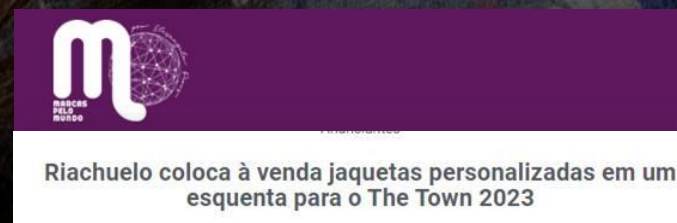
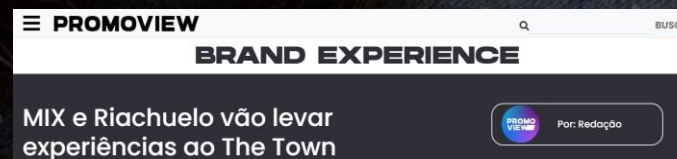
100% positivas

+ 14.2 em pageviews

118 spots na Rádio (permuta)

+ 2MM de alcance na MIX

+ 630K em alcance em 2 posts (IG) da MIX



DEZEMBRO-JANEIRO

O anúncio do patrocínio ao The Town foi realizado no final de Dezembro de 2022, junto com a divulgação do apoio ao BBB 23, que oficializou o movimento da Riachuelo em se tornar uma plataforma de conteúdo.



FEVEREIRO

Em fevereiro, aconteceu a segunda coletiva de imprensa do evento, com o objetivo de anunciar os principais detalhes e headliners do Palco Factory, espaço dedicado a artistas da periferia/comunidades e a ritmos musicais que vem ganhando visibilidade nesses lugares, como o rap, funk, trance e hip hop. A Riachuelo será a patrocinadora oficial do Factory, e contará com uma pop up store ao lado do palco, by FANLAB. Neste dia, sorteamos 10 jaquetas personalizadas pelo Tiago Mordix e aproveitamos o Buzz para reforçar que #TheTownVesteRiachuelo

gkpb

PUBLICIDADE ▾ NEGÓCIOS ▾ GEEK ▾ ALIMENTOS & BEBIDAS ▾



Riachuelo será o look oficial da primeira edição do Town 2023

O palco Factory contará com grandes atrações como Afrocidade, Mc Don Juan, Mc Dricka, Tasha & Tracie, Urias e Grag Queen

PROPMARK

AGÊNCIAS ANUNCIANTES DIGITAL MERCADO MÍDIA PRODUTORAS CONTEÚDO DE MARCA OPINIÃO CLICK DO ALÉ PROPCAST

ANUNCIANTES

Riachuelo é a marca de roupas oficial do The Town 2023

Por propmark - 09 de Fevereiro de 2023 | 17:02

≡ PROMOVIEWS

The Town revela mapa da Cidade da Música e palco inspirado nas zonas industriais de São Paulo

Jornal de Brasília

BRASÍLIA ENTRETENIMENTO ESTILO DE VIDA TORCIDA NA HORA H! JBR TV BLOGS E COLUNAS EDIÇÃO DIGITAL

Palco Factory no The Town 2023 propõe um encontro da arte com a vida

Criado pelos mesmos organizadores do Rock in Rio, festival paulistano The Town apresentará espaço com a experiência da cidade onde a multiculturalidade de sons está presente

ELLE

THE TOWN ANUNCIA TASHA & TRACIE E URIAS NO LINE-UP

Espaço Factory vai celebrar a cultura urbana e terá também MC Dricka e Afrocidade, entre outros nomes.



ABRIL

Abril marcou a abertura oficial da venda de ingressos, e é claro que a Riachuelo participou dessa celebração. No e-commerce, colocamos três jaquetas à venda. Cada pessoa que adquiriu a jaqueta ganhou um par de ingressos para o The Town. Além disso, ativamos a imprensa especializada em música e lifestyle, e, nas redes sociais, influenciadores fizeram o burburinho em torno do "mimo surpresa", se jogando no countdown junto com a gente. Na loja física, centenas de lambe-lambes coloriram as paredes com "É HOJE" / "JAQUETAS EXCLUSIVAS".

gkpb PUBLICIDADE NEGÓCIOS GEEK ALIMENTOS & BEBIDAS

Riachuelo coloca à venda jaquetas exclusivas do The Town

Serão vendidas apenas três jaquetas exclusivas e personalizadas pelo grafiteiro paulista Tiago Mordix

meio&mensagem The Town ganha novos patrocinadores e apoiadores

The Town ganha novos patrocinadores e apoiadores

Volkswagen do Brasil entra para o time de patrocinadores, já Accor integra os apoiadores do festival que acontece nos dias 2, 3, 7, 9 e 10 de setembro, no Autódromo de Interlagos

PROMOVIMOS

The Town e marcas parceiras espalharam mensagem 'É Hoje' por SP

marcas pelo mundo

Comunicação Marketing Inovação e Tecnologia Opinião Rai

Anunciantes

Riachuelo coloca à venda jaquetas personalizadas em um esquentão para o The Town 2023

felipe @stateoffelipe

As vendas gerais do The Town estão chegando e por este motivo teremos uma surpresa incrível. Fiquem de olho no meu perfil para não perder nenhum detalhe! #publi

Translate Tweet

izzo @izzomm

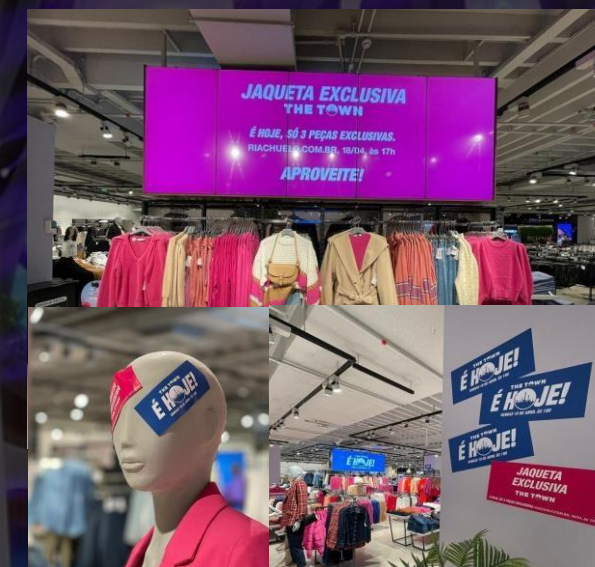
Oi, @riachuelo. Podemos contar novidades hoje? #TheTownVesteRiachuelo

Translate Tweet

Igor Rogh @igorogh

Amanhã haverá a venda geral de ingressos para o The Town e teremos uma surpresinha por aqui! Se eu fosse vocês, já ativaria as notificações para não perder #publi

Translate Tweet



MAIO-SET

RCHLO e Rádio MIX se uniram para uma parceria inédita. Entre junho e julho, realizamos duas promoções na rádio. A primeira para sortear 5 jaquetas personalizadas + 5 pares de ingressos, e a segunda – dentro do desafio MIX The Town –, para sortear 25 pares de ingressos que foram disponibilizados por nós. Também 1 entrevista no MIX Tudo (e vamos realizar outras duas), e ganhamos 150 chamadas promocionais com assinatura da Riachuelo, além da exposição no PR, trabalhada proativamente pela Loures. Como contrapartidas, além dos 30 pares de ingressos e das 5 jaquetas, oferecemos 30K em roupas para vestirmos toda a equipe durante o evento.



E DAQUI PRA FRENTE?

ATÉ SETEMBRO DE **2023**, AINDA TEREMOS MUITAS **OPORTUNIDADES** EM TORNO DO TEMA!
POR ISSO, MANTEMOS **UM OLHAR FASEADO** PARA **APROVEITAR AO MÁXIMO** TODAS AS
OPORTUNIDADES E CAVAR NOVAS POSSIBILIDADES.

Agora, mais do que o patrocínio e do fato da Riachu ser o look oficial,
precisamos amplificar a visibilidade da marca no The Town a partir do
conceito do CLOSE - afinal, se tem Riachu, tem close!

DAQUI PRA FRENTE

JULHO

Parceria MIX +
Pautas e Divulgações +
promoção compre e
ganhe

AGOSTO

Lançamento Coleção +
Parceria MIX + ações
criativas com foco em
Buzz/Awareness + evento-
teste + produção de moda
+ pautas e divulgações +
promoções

SETEMBRO

Evento + ações com
foco na promoção
dos espaços do
evento + pautas e
divulgações + pós-
evento

NOSSOS OBJETIVOS

MUITO ALÉM DO THE TOWN, QUEREMOS POSICIONAR A RIACHU COMO A MARCA ALIADA DA ARTE, DAS EXPERIÊNCIAS, E DAS CONEXÕES ENTRE AS PESSOAS, COM NOSSOS LOOKS EM SHOWS, FESTIVAIS, FESTAS E QUALQUER OUTRO TIPO DE CELEBRAÇÃO QUE UNA AS PESSOAS PARA VIVEREM MOMENTOS INESQUECÍVEIS E EXPRESSAREM SUA INDIVIDUALIDADE POR MEIO DA MODA.

1

Gerar visibilidade, reforço de percepção e desejo, a partir da coleção oficial e dos espaços projetados no evento

2

Tomar a narrativa de que a Riachu está sendo responsável pelo close certo **reconhecida** pela opinião pública e consumidores

3

Atrair as pessoas para dentro dos nossos espaços, resultando em conversas positivas nas redes e imprensa – antes, durante e após o evento

E QUAL ESTRATÉGIA VAMOS SEGUIR?

NESSA FASE, VAMOS ATUAR COM FOCO EM **DUAS FRENTES** PRINCIPAIS:

AWARENESS

POSICIONANDO COM HISTÓRIAS:

criar desdobramentos comunicacionais para manter o tema aquecido a partir da coleção oficial da Riachuelo, dando luz também às parcerias com Disney e Três Corações, além das ativações propostas pela marca para o evento.

TALKABILITY

DE OLHO NO DIGITAL:

foco em fortalecer o relacionamento e gerar talkability de marca a partir de ações promocionais, de conteúdo, VIP dressing, relacionamento com líderes de opinião e Live PR.

COM QUAL NARRATIVA?

Se tem Riachu, tem close! Look oficial do The Town promove a conexão por meio da moda com a sua chegada na cidade da música, trazendo muito estilo, conforto e espaços instagramáveis para garantir o melhor close no evento. Proposta da marca é convidar as pessoas para que expressem sua individualidade por meio da moda, à sua maneira, e compartilhem experiências memoráveis no festival.

E QUAL A RELAÇÃO ENTRE MODA E FESTIVAIS, AFINAL?

A **busca por dicas e inspirações** de looks para festivais **crescem** à medida que um novo evento se aproxima.

De festivais gringos aos brasileiros, **a moda é o segundo assunto mais comentado** pelas pessoas, seja na imprensa, nas redes sociais ou no boca-a-boca.

Dados do Stilingue* apontaram um **crescimento de 1400%** na busca por "looks de festivais" nas semanas do Lollapalooza 2023.

Lollapalooza: Como a moda se tornou um dos pilares do festival?

Moda concorreu com música no Lollapalooza Brasil 2023; veja looks

Visual dos espectadores foi um show particular no festival

Roube o look: inspirações para festivais de música

Confira composições para curtir os shows mais esperados do ano

Montei 5 looks que eu usaria no Rock in Rio e outros festivais de música

Além de curtir os shows, esse é o momento para brincar com as roupas e acessórios para apostar em combinações divertidas!

Os looks que vimos no Festival GRLS! vão dominar eventos de música em 2023

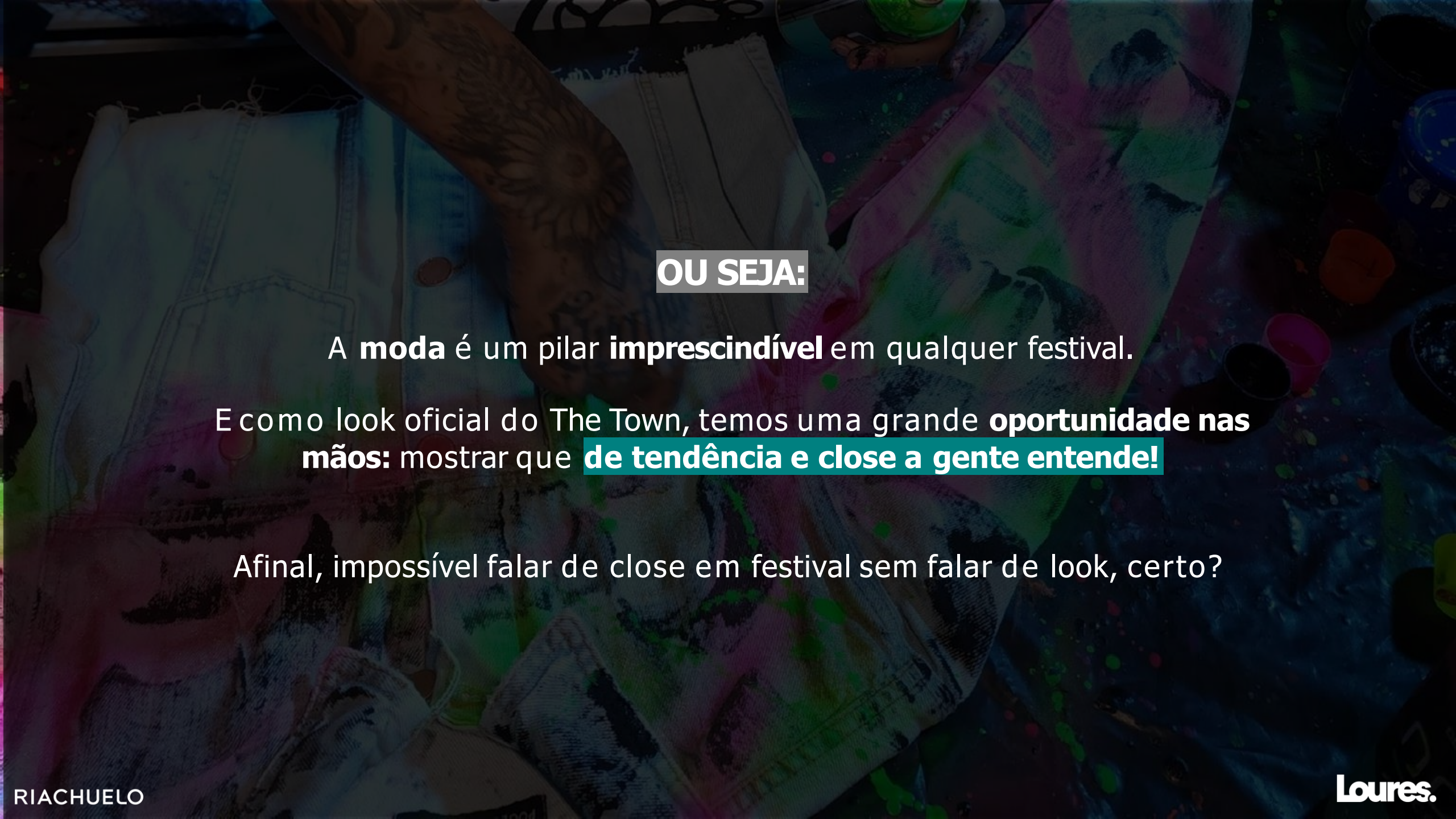
Vem se inspirar nessas tendências e truques estilosos para você criar seus próximos visuais!

12 tendências das ruas que deixam seus looks de festival mais estilosos

Pode confiar que estas dicas do street style das semanas de moda trazem atitude para as produções de shows!



*Período de janeiro a julho de 2023

A hand with a tattoo is shown painting a face on a piece of fabric. The background is dark and textured, with various colors and patterns. The text is overlaid on the image.

OU SEJA:

A **moda** é um pilar **imprescindível** em qualquer festival.

E como look oficial do The Town, temos uma grande **oportunidade nas mãos:** mostrar que **de tendência e close a gente entende!**

Afinal, impossível falar de close em festival sem falar de look, certo?

CAÇADORES DE CLOSE

É por isso que vamos ativar o modo "caçadores de close!". Com o apoio de um squad robusto, vamos jogar o **FLASH** nos looks mais babadeiros do evento - com muita Riachuelo, claro!

Vamos **gerar buzz orgânico** em múltiplos canais e convidar o público para **vivenciar a experiência Riachu no The Town**, além de reforçar o valor agregado dos nossos produtos, que entregam estilo, tendência e **CLOSE**



GLAMOUR

STEAL THE LOOK

RIACHUELO
BLOG

CAÇADORES DE CLOSE

A RIACHU VAI ETERNIZAR REAL O CLOSE NO THE TOWN!

ALÉM DA COBERTURA EM REDES, QUEM ESTIVER LÁ
VAI GANHAR A MELHOR LEMBRANÇA:

Vamos reverberar o conceito “Se tem Riachu, tem close!” com ajuda de um time profissional de trendhunters, garantindo a **FOTO PERFEITA** - digitalizada e física - para o público fashionista, que será entregue presencialmente no stand da Riachu no festival.



André Ligeiro



Leo Faria



#TheTownVesteRiachuelo

@Riachuelo

NOSSO SQUAD!



Na prática, vamos oferecer um **par de ingressos + look completo** para 25 micro influenciadores, e, como contrapartida, eles irão se jogar no gramado para registrar, em tempo real, nos stories, seus closes by Riachuelo!

OBS: também podemos ativar os creators do Visto Riachu!

EVENTO-TESTE =SENSE DE EXCLUSIVIDADE!

Nossa coleção será apresentada em formato de **Trunk Show** para a imprensa, formadores de opinião e influenciadores para mostrar, em primeira-mão, como a Riachuelo chega ao The Town - dos produtos aos espaços.

Além disso, vamos aproveitar o momento para **entrevistas 1:1** com veículos de alta credibilidade em busca de espaços qualificados, endereçando a narrativa macro e o nosso viés de moda.

Para isso, solicitamos de **8** convites.

SÓSIAS VESTEM RIACHUELO!

E se os "look alike" de cantores famosos **forem os nossos modelos** para esse Trunk Show, desfilando com seus looks Riachu pelo nosso espaço e outras áreas do festival?

Com o apoio e visibilidade da **BANCA DIGITAL**, vamos reverberar esses momentos no melhor estilo "**SPOTTED/FLAGRA**", dias antes do evento, para gerar burburinho nas redes e no PR

**mediante investimento +permuta de convite VIP*



MSL
2.7M



GI
11.6M



GDB
1.3M

- Momentos como esse são preciosos para mostrar que somos parceiros e estreitar ainda mais o relacionamento com jornalistas de veículos de alta credibilidade.
- Além dos **8** convidados do evento-teste, vamos ativar **5 jornalistas/formadores de opinião** por dia de evento com **um par de convites VIP** para curtir o festival by Riachuelo - *mediante alinhamento com assessoria do evento.*
- Esse será o momento de **mostrar, na prática, a experiência que estamos oferecendo** no festival.
- **2 critérios** permearam a escolha dos nomes:
 - **1)** Veículos Tier 1 das editorias de moda, lifestyle e entretenimento.
 - **2)** Cargo e histórico de relacionamento dos jornalistas com a marca.

NOSSO MAILING (evento-teste):



Humberto Abdo
Veja SP



Matheus Ferreira
Geek Publicitário



Renata Garcia
Glamour



Andressa Z.
UOL Universa



Sofia Patsch
Forbes



Priscila Geremias
Marie Claire



Diogo Rufino
Harpers / MPH



Alisson Fernandez
Buzzfeed



GLAMOUR STEAL THE LOOK

Quer dar muito close no The Town? Separamos as melhores combinações da Riachuelo para você!

ESCOPO:

- GRWM (Feed IG + Stories)
 - 1 branded no site
 - CTA para o e-comm
 - Galeria de looks (IG)
- Replicação em outros canais

Valores estimados:

STL: R\$45.000 + ISS (negociável)

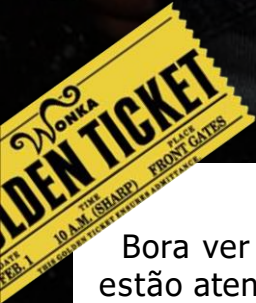
GLM: aguardando

- A **expertise** da Riachu sobre moda e close precisa ser reforçada muito antes do evento começar. Afinal, se queremos a cidade da música recheada de looks Riachu, precisamos **gerar desejo e gatilho de antecipação** nas pessoas.
- Por isso, vamos nos aliar a dois principais canais que falam sobre **tendências e inspirações de looks**, como **STEAL THE LOOK** e **GLAMOUR**, focando na **complementaridade** desses canais para trazer uma série de **conteúdos focados em nosso sortimento de produtos** - especialmente a coleção oficial!
- Ao longo dos 5 dias de festival, os veículos também irão publicar uma **galeria de looks** que foram close no evento.

A FANTÁSTICA FÁBRICA DE CLOSE @

PARA PROMOVER AWARENESS, ENGAJAMENTO E TALKABILITY DE MARCA, VAMOS LANÇAR NO THREADS O **CLOSE TICKET*** - ADAPTAÇÃO DO GOLDEN TICKET DA FANTÁSTICA FÁBRICA DE CHOCOLATES

SEGUE ESSE FIO



Bora ver se vocês estão atentos: quem quer ir no The Town SP 2023 dar muito close? Dá um like aqui só pra eu ver uma coisinha

Eita, acho que muita gente quer ir pro The Town! Já sei! Continua seguindo esse fio

Quer concorrer a um par de ingressos de gramado para o The Town? Segue a gente, marca a pessoa que vai dar close com você nesse fio. Sim, simples assim!

Vamos sortear **CLOSE TICKETS!** VALENDO! (IMAGEM)

PROPMARK

Riachuelo vai sortear 10 pares de ingressos para o The Town no Threads

*Vamos desenvolver uma releitura do golden ticket do Willy Wonka para publicar no Threads e enviar para os ganhadores

PAUTAS E INSERÇÕES NA IMPRENSA

Aqui também vamos trabalhar com a narrativa de lifestyle da Riachu, que está trazendo todo seu ecossistema para o festival

MARKETING

veja São Paulo

Riachuelo anuncia promoção que vai sortear ingressos para o The Town SP 2023 no Threads

BuzzFeed

Se tem Riachuelo, tem Close: look oficial do The Town 2023 anuncia ativações para o festival

meio&mensagem

Riachuelo e Três Corações vão levar momentos de relaxamento e despressurização para o The Town 2023

gkpb

Em parceria com Disney, FANLAB marca presença no The Town com pop up store

SUSTENTAÇÃO:

Envio de release para mailing focado em trade, lifestyle, entretenimento música +

Busca proativa por pautas macro, aliadas a outros parceiros, para ganharmos volume

MODA

ELLE

Esquenta The Town: Riachuelo promove trunk show no festival para mostrar sua nova coleção

BAZAAR

5 tendências para compor seu look no The Town

marie claire

Esquenta The Town: confira inspirações de looks para o festival

CAPRICHÔ

The Town: 5 ideias de looks com jaquetas jeans

SUSTENTAÇÃO:

Busca proativa por **VIP DRESSING** e produções em editoriais de moda focado no festival +

Envio de release para mailing focado em moda, beleza e lifestyle

DISSEMINANDO: CLOSE CERTO NO SPOTIFY!



Indo além das fronteiras do PR tradicional, vamos desenvolver uma **playlist no Spotify by Riachu**, com os melhores HITS dos artistas que irão se apresentar no festival.

E mais: vamos criar um **áudio-release** contando sobre nossa atuação no The Town de forma leve e descontraída, convidando as pessoas para conhecerem os espaços da Riachu. Esse áudio vai ser **publicado em formato de Podcast!**

Inclusive, pode até virar algo mais perene, com conteúdos sobre moda e música

PARCERIA MIX

A parceria com a MIX ainda não acabou!

Entre julho e agosto, vamos realizar **+ 2 entrevistas no MIX TUDO** para falar sobre a nossa coleção e nossa atuação no festival.

E lá na cidade da música, toda a equipe da Rádio estará vestindo Riachu!

E PODEMOS MAIS!

Vimos, na prática, como conseguimos **expandir nosso alcance** e levar milhares de pessoas para **nossos canais!**

Agora, temos a **oportunidade de ir mais a fundo nessa parceria**, explorando diversas possibilidades de inserção na programação para levarmos a **#TheTownVesteRiachuelo** para muito mais gente - antes e durante o evento

Para isso, desenvolvemos uma proposta que contempla múltiplos formatos, como:



Promoções/
Sorteios/Desafios



Coberturas in
loco



Collabs e
conteúdos nas
redes sociais



BLITZ



SPOTS



Entrevistas in loco
com Rafa Kalimann
e Thay OG

PÓS-EVENTO | THE TOWN NO RJ E NATAL? TEMOS!

Se depender da Riachu, a **experiência do The Town** será vivida até depois do festival e vai viajar pelo país!

Com apoio do **Teatro Riachuelo e Instituto Riachuelo**, levaremos o Musical The Town para centenas de jovens apoiados por ONGs parceiras no Rio de Janeiro e em Natal!

Esse será um importante momento para **reforçarmos nosso compromisso com a sociedade**, mostrando que a gente não só **democratiza a moda**, como o **acesso a uma experiência singular**, tangibilizando o posicionamento da riachuelo como uma marca aliada da arte, da emoção, das experiências, e das conexões entre as pessoas.

TRIBUNA DO NORTE

O GLOBO

The Town e Riachuelo
levam musical a pessoas
de comunidades
carentes do RJ/de Natal

CYCLE PLAN

2023

JULHO

AGOSTO

SETEMBRO

PÓS SET

PAUTAS E INSERÇÕES NA IMPRENSA + PRODUÇÃO DE MODA

PARCERIA MIX

CLOSE CERTO NO SPOTIFY

CURADORIA DE LOOKS

FÁBRICA DE CLOSES

OPORTUNIDADES DE VIP DRESSING

RELACIONAMENTO

EVENTO-TESTE

CAÇADORES DE CLOSE

MUSICAL THE
TOWN

NOSSOS KPIS DE SUCESSO

Vamos dividir nossos KPIs em duas frentes:

IMPRENSA:

ALCANCE: 140 matérias

FAVORABILIDADE: 95% positivas

RELEVÂNCIA: 21% TIER 01 (30 matérias)

SOCIAL:

VOLUME: 65 conteúdos

ALCANCE: 10 M M

FAVORABILIDADE: 75% positiva

Número de convites ativados:
32 pares (VIP) / 75 pares (Gramado)



Loures.

OBRIGAD_

RIACHUELO